

**ANALISIS SWOT DALAM MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN
PADA PT. AMALIA SURYA CEMERLANG DI KLATEN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

RULI HARJANTO
B 100 020 243

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2007**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**“ANALISIS SWOT DALAM MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN
PADA PT. AMALIA SURYA CEMERLANG DI KLATEN”.**

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan dosen penguji pada :

Hari :

Tanggal :

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Desember 2006

Pembimbing Pembantu

Pembimbing Utama

Fereshti ND, SE

Drs. Ahmad Mardalis, MBA

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. H. Syamsudin, MM

MOTTO

*Tidak ada kemenangan dan keberhasilan tanpa ada pengorbanan
dan ketekunan, dan tak ada pengorbanan dan ketekunan
yang berhasil tanpa keyakinan.*

(Bukhori Muslim)

*Membuat kekeliruan itu manusiawi ... tetapi kalau penghapusnya
lebih cepat habis dari pada pensilnya, anda
terlalu banyak membuat kekeliruan.*

(Jerry Jankins)

*Setiap perubahan dalam sikap manusia harus terjadi lewat pemahaman
serta penerimaan internal. Manusia adalah satu-satunya makhluk
yang dikenal dapat membentuk ulang dan mencetak ulang
dirinya sendiri dengan mengubah sikapnya.*

(John C. Maxwell)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa ikhlas dan kasih sayang karya ini ku persembahkan untuk:

- 1. Allah SWT*
- 2. Bapak dan Ibu tercinta, yang telah memberi segalanya.*
- 3. kakak dan adik yang selalu memotivasi.*
- 4. Almamater*

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr Wb

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT karena berkat, rahmat dan hidayahnya-Nya, serta tak lupa shalawat dan salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya kelak di hari akhir. Dengan usaha yang sungguh-sungguh, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul :

“ANALISIS SWOT DALAM MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN PADA PT. AMALIA SURYA CEMERLANG DI KLATEN”.

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini mulai dari awal sampai dengan selesainya penyusunan penulis banyak mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT
2. Bapak Drs. Achmad Mardalis, MBA selaku pembimbing utama yang dengan arif dan bijak telah memberikan bimbingan dan penghargaan dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Fereshti ND, SE selaku pembimbing pembantu yang sangat berperan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs, H Syamsudin, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Ibu Ir. Hj. Irmawati, SE, MSi selaku Pembimbing Akademik yang selama ini selalu memberikan arahan-arahan dengan sabar dan bijak.
6. Kepada PT. Amalia Surya Cemerlang yang telah bersedia memberikan datanya untuk penulisan skripsi.
7. Kepada mbak Riza Personel dan General Affair PT. Amalia Surya Cemerlang yang telah membantu penulis dalam mendapatkan data untuk penulisan skripsi.
8. Pak Men (manajemen) yang selalu sabar dalam menjalankan tugas dan membantu mahasiswa terutama jurusan manajemen.
9. “Suji” terimakasih selama ini telah memberi semangat, motivasi, n dukungan untuk menjadi lebih baik.
10. Keluarga keduaku METALA (penceng, bang aji, bengex, encok, kuncrit, kleler, mleweh, bul-bul bebek, gepeng, cempe, jrenx, keket, kacang) Hidup .. METALA.....!!!!!!Hidup.....!!!!
11. GLADI XIII METALA (Gemblong, Coro, KH, Genthong, Kenyum, Inul, Merkowok, Pongge, Ambon, Panci, Kecle) perjuangan kita jangan sampai terlupakan.
12. Buat tiga pilar simpatisan (Bendot, Rina, Incrit) yang telah banyak membantu.
13. Jurusan Manajemen 2002 kelas E, yang telah menjadi teman dalam proses perkuliahan.
14. Serta semua pihak yang ikut memberikan dorongan serta motivasi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala amal yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang semestinya dari Allah SWT dan selalu mendapatkan rahmat serta hidayah dari-Nya.

Penulis menyadari sepenuhnya dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan-kekurangan dan kelemahan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Surakarta, Desember 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Konsep Pemasaran.....	7
C. Strategi Pemasaran.....	10

	D. Tahap Perencanaan Strategi.....	12
	E. Pengembangan Strategi Pasar.....	14
BAB III	METODE PENELITIAN.....	24
	A. Kerangka Pemikiran.....	24
	B. Metode Pengumpulan Data.....	26
	C. Metode Analisis Data.....	27
BAB IV	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	34
	A. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	34
	B. Lokasi Perusahaan.....	35
	C. Struktur Organisasi.....	36
	D. Personalia	44
	E. Pemasaran.....	46
	F. Produksi.....	51
	G. Analisa Data dan Hasil Penelitian.....	53
BAB V	PENUTUP.....	73
	A. Kesimpulan.....	73
	B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Penilaian Variabel Internal.....	28
Tabel 3.2 Penilaian Variabel Eksternal.....	29
Tabel 3.3 Matrik Daya Tarik Industri.....	30
Tabel 4.1 Kode dan Nama Mebel.....	53
Tabel 4.2 Penilaian Variabel Internal.....	55
Tabel 4.3 Penilaian Variabel Eksternal.....	56
Tabel 4.4 Matrik Daya Tarik Industri.....	57
Tabel 4.5 Matrik SWOT.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	38

ABSTRAKSI

Penulis melakukan penelitian ini pada PT. Amalia Surya Cemerlang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan juga untuk mengetahui alternatif strategi yang dapat dipakai oleh perusahaan, dalam hal ini adalah PT. Amalia Surya Cemerlang.

Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). Adapun yang dimaksud dengan analisis ini adalah untuk mengidentifikasi lingkungan intern dan ekstern perusahaan dalam iklim persaingan dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis yang sama. Analisis SWOT mencakup lingkungan ekstern dan lingkungan intern. Analisa lingkungan adalah suatu proses yang digunakan untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dalam analisa SWOT ini akan digunakan pendekatan secara kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kualitatif merupakan suatu analisis yang digunakan tanpa mempergunakan perhitungan angka-angka, melainkan berdasarkan penilaian atau pendapat serta dasar-dasar yang dapat menunjang dalam pengambilan keputusan yang bersifat subjektif. Sedangkan pendekatan secara kuantitatif merupakan suatu cara analisis data menggunakan perhitungan angka-angka atau untuk menunjang proses analisis data tersebut. Berdasarkan semua analisis tersebut diatas, alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah dengan menggunakan matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan tersebut. Matrik dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi. Alat analisis yang lain adalah dengan MDTI yang digunakan untuk menentukan posisi unit bisnis dan strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan.

Hasil analisa MDTI yang diperoleh, dapat diketahui unit bisnis PT. Amalia Surya Cemerlang berada pada sel pertumbuhan selektif. Hal ini dapat dilihat dari besarnya total tertimbang dari faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan sebesar 4.00, sedangkan faktor peluang dan ancaman sebesar 3.7. Sedangkan dengan menggunakan analisa SWOT dapat diperoleh hasil bahwa perusahaan dapat mengambil alternatif strategi ST, WT, SO dan WO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan masalah dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat yang cukup pesat dalam dunia usaha. Sehubungan ini banyak perusahaan baru berdiri dan kembalinya perusahaan yang direhabilitasi. Maka berakibat timbulnya persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Baik itu persaingan antar perusahaan sejenis maupun perusahaan yang tidak sejenis.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam era bisnis global dan setiap pelaku bisnis harus mampu memenuhi dan menghadapi tuntutan pelanggan yang terus menerus berubah sekaligus dapat mengungguli pesaing-pesaing. Untuk menciptakan persaingan, perusahaan harus menciptakan produk atau jasa inovatif dan kreatif, sehingga dapat mewujudkan masa depan yang cemerlang.

Dengan demikian dapat dikatakan setiap perusahaan selalu berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasar yang potensial untuk memenangkan persaingan tersebut. Perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang jitu agar perusahaan mempunyai pangsa pasar dan menjalin konsumen disamping harus mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Keberhasilan perusahaan dalam pencapaian tujuan ditentukan selain dari kualitas produk itu sendiri, juga kemampuan dalam bidang pemasaran. Pemasaran juga dikatakan

berhasil bila dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi berdasarkan ini maka konsumen memegang peranan penting bagi perusahaan dalam menentukan strategi perusahaannya.

Penentuan strategi pemasaran dapat dilakukan oleh manajer pemasaran dengan memperhatikan konsumen dan marketing mix yang dipakai untuk memberikan ke pasar pada konsumen. Marketing mix ini terdiri dari variabel-variabel seperti produk, harga, promosi dan distribusi. Setiap variabel yang terdapat dalam marketing mix saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya.

Salah satu perusahaan yang menghadapi persaingan tersebut diatas misalnya perusahaan yang bergerak dibidang industri mebel PT. AMALIA SURYA CEMERLANG di Klaten banyak menyerap tenaga kerja karena industri mebel, memerlukan beberapa kali proses dan memerlukan waktu yang lama. Menyadari jumlah perusahaan industri mebel yang terdapat di Indonesia cukup banyak, maka perlu diperhatikan adanya persaingan. Penulis memilih PT. AMALIA SURYA CEMERLANG di Klaten sebagai obyek penelitian karena industri mebel merupakan salah satu asset Nasional. Bukan saja oleh masyarakat lokal tetapi orang-orang luar negeri banyak yang menyukai mebel buatan Indonesia, sehingga tidak menutup kemungkinan industri mebel menjadi salah satu komoditas dalam negeri yang dapat di ekspor.

Dalam mengidentifikasi dan merumuskan strategi pemasaran tersebut penulis memilih menggunakan alat analisa, yaitu SWOT. Analisis SWOT sangat membantu perusahaan dalam menganalisa kekuatan yang dimiliki

perusahaan dan kelemahan yang ada pada perusahaan, serta seberapa besar peluang yang bisa diambil perusahaan dan ancaman yang bisa dihadapi.

Jika perusahaan ingin tetap hidup didalam lingkungan pemasaran maka perusahaan harus mampu menganalisa semua peluang dan ancaman didalam lingkungan kerjanya. Mengingat arti penting dari strategi pemasaran ini, maka penulis mengambil judul : “ ANALISIS SWOT DALAM MENYUSUN STRATEGI PEMASARAN PADA PT. AMALIA SURYA CEMERLANG DI KLATEN”.

B. Perumusan Masalah

Dari uraian tersebut bahwa strategi pemasaran akan sangat diperlukan bagi perusahaan dan merupakan masalah yang sangat penting untuk dibahas sehingga penulis tertarik pada permasalahan tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas maka masalah yang dirumuskan adalah:

1. Bagaimana kondisi perusahaan secara strategis berdasarkan analisis SWOT
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan.
2. Untuk menentukan dan menyusun strategi pemasaran yang akan digunakan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan :
 - a. Untuk menentukan dan mengambil kebijaksanaan dibidang produksi dan volume penjualan.
 - b. Untuk mengetahui peluang dan prospek terhadap produk secara potensial.

2. Bagi penulis

Bermanfaat dalam memperluas wawasan dengan membandingkan aspek teoritis dengan aspek praktis dalam ilmu manajemen, khususnya berkaitan dengan perencanaan strategi dalam sebuah perusahaan yang melakukan pemasaran.

E. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Untuk mempermudah dan sedikit memperoleh gambaran permulaan terhadap hasil skripsi ini maka perlu dikemukakan sistematika skripsi.

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dijelaskan pengertian tentang pemasaran dan manajemen, konsep pemasaran, konsep pemasaran, fungsi pemasaran, marketing mix, strategi pemasaran, alat analisi.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari kerangka pemikiran, alat analisa, data dan sumber data, serta metode pengumpulan data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang gambaran umum perusahaan dan analisa data.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini akan memberikan kesimpulan akhir dan beberapa alternatif pemecahan masalah serta beberapa saran-saran.